

دور وسيلة تويتر في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي السعودي

عبد الله بن محمد الوزان
جامعة الحدود الشمالية

ملخص البحث:

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور وسيلة تويتر في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي السعودي ، اعتمدت الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ، واعتمدت أيضاً على منهج المسح والذي تم فيه مسح عينة من طلاب الجامعة السعوديين (ذكورًا- إناثًا) ، و تم استخدام صحيفة استبيان للعينة محل الدراسة لتحقيق هدف الدراسة وتساؤلاتها ، وذلك للتعرف على دور (تويتر) في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي السعودي، يتمثل مجتمع الدراسة في طلاب جامعة الحدود الشمالية بمدينة طريف التابعة لدولة المملكة العربية السعودية ، وتم سحب عينة عمدية ممن يشاهدون وسائل الإعلام الجديد خاصة تويتر من (٣٠٠) مبحوث (١٥٠ ذكورًا - ١٥٠ إناثًا) من كلية العلوم والآداب (بنين - بنات) بمدينة طريف.

نتائج الدراسة: يتضح من النتائج ما يلي:

١- أن نسبة ١٨,٧% من أفراد العينة البالغين ٣٠٠ مبحوث يرون أن تويتر يساهم دائما في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي ، ونسبة ٧٣,٣% منهم يرون أنه يساهم (أحيانًا) ، ونسبة ٨% منهم يرون أن وسيلة تويتر لا تساهم في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي.

٢- أن نسبة ١,٤% من أفراد العينة يرون أن مساهمة تويتر في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي تكون كبيرة، ونسبة ٧١,٧% منهم يرون أنها مساهمة متوسطة، ونسبة ٢٥% منهم يرون أن مساهمته مقبولة ، ونسبة ١,٨% منهم يرون أنها مساهمة ضعيفة.

توصيات الدراسة:

١- يجب على القائمين على وسيلة تويتر تشجيع مستخدميها ولفت نظرهم من أن لآخر لنشر كل ما يخص البيئة ومردودها على الإنسان بحيث يكون هناك وعي بيئي لديهم ، خاصة كل من يستخدم الأخبار والتعليقات والصور والفيديوهات الخاصة بالبيئة .

٢- إقامة ندوات ومحاضرات ودورات نظرية وعملية في الجامعات المختلفة وفي مؤسسات المجتمع المدني الحكومية والخاصة ، تكون مخصصة للتعريف بالبيئة وخطورتها على الإنسان ، وكيف يكون لدى الطالب الجامعي وعي بيئي ببيئته التي يعيش فيها.

تمهيد :

لاقت وسائل الإعلام الجديدة المتمثلة في وسائل التواصل الاجتماعي (الفييس بوك - تويتر - اليوتيوب) إقبالا غير مسبوق من قبل جميع فئات الجماهير في مختلف أنحاء العالم ، خاصة جمهور الشباب من طلاب الجامعات ، حيث وجدوا فيها متنفسا لهم ، لإخراج طاقاتهم الكامنة عندهم بدلا من المكوث أمام وسائل الاتصال التقليدية من صحافة وإذاعة وتلفزيون ، فقد أتاحت لهم هذه الوسائل الحديثة فرصة التواصل والاتصال ، والتعبير بحرية عن آرائهم وتطلعاتهم المستقبلية دون رقيب أو حسيب على تصرفاتهم.

فيكاد يكون معظم الشباب الجامعي يستخدمون وسائل الإعلام الجديدة ، حيث إن الخليجين يفضلون استخدام وسيلة تويتر خاصة فئة الشباب من هم دون سن الثلاثين ، وهم يمثلون أغلبية في دول الخليج العربي (١)، لذا نجد إقبالاً كبيراً من الطلاب الجامعيين على تويتر، فاهتمامهم به يصل إلى درجة مرتفعة ، والسواد الأعظم منهم يملكون حساب في تويتر(٢) . ويتصدر السعوديون قائمة أكثر شعوب العالم تغريباً على وسيلة تويتر(٣) وقد كشفت دراسة حديثة قام بها قسم الإحصائيات BI intelligence في موقع insider BUSINESS أن السعودية تتصدر دول العالم من حيث نسبة مستخدمي تويتر النشطين مقارنة بحجم مستخدمي الإنترنت ، فما يوازي ٤١% من مستخدمي الإنترنت في المملكة يغردون على شبكة تويتر بانتظام ، وهي بذلك تتفوق وفق هذا المعيار على دول مثل الولايات المتحدة الأمريكية والصين والتي بلغت نسبة مستخدمي تويتر فيهما من إجمالي مستخدمي الإنترنت على التوالي ٢٣% ، ١٩% ، وتقول الإحصائيات الحديثة أن عدد مستخدمي تويتر في السعودية يصل خمسة ملايين مستخدم (٤) كما يعد السعوديون الأكثر استخداماً لتويتر في العالم العربي بحدود ٤٠% ، ويتصدرون قائمة المائة شخصية عربية الأكثر تأثيراً على تويتر(٥) ، يؤكد ذلك ما جاء في دراسة صادرة عن شركة (جلوبال ويب إنديكس) تفيد أن السعوديين سجلوا أعلى نسبة نمو عالمياً من حيث عدد مستخدمي تويتر (٦) ويعد الشباب الجامعي السعودي (٢١-١٨) من الشرائح المهمة في المجتمع ، وعلمهم يكون صالح مجتمعيهم فبتقدمهم ومسايرتهم للتكنولوجيا المتقدمة يرتقى مجتمعهم ويصل إلى التقدم المنشود والتنمية الشاملة ، فهؤلاء الطلاب معظمهم من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي خاصة وسيلة تويتر، والتي تمدهم بكافة المعلومات التي يريدونها في جميع المجالات وشتى النواحي ، هذا فضلاً عن زيادة معلوماتهم في الوعي البيئي وذلك للراغبين فيه والمتابعين له ، لذا جاءت هذه الدراسة لمعرفة دور وسيلة (تويتر) في زيادة الوعي البيئي لديهم.

أولاً: مشكلة الدراسة :

اصبحت وسائل الاعلام الجديد الأشهر عالمياً (الفيس بوك - تويتر -اليوتيوب) تلعب دوراً كبيراً ومؤثراً في جميع المجالات وشتى النواحي ، خاصة النواحي السياسية والإعلامية والخبرية والمعرفية والترفيهية ، لما لها من مميزات ليست لغيرها من الوسائل الأخرى ، مما جعل الشباب مقبلين عليها بشكل كبير ، بل إن هذه الوسائل صارت كالإدمان لعامة الناس خاصة فئة طلاب الجامعة الذين يرون فيها صفة الخصوصية وإثبات الذات ، ويكاد يتأثر بها معظم الشباب تأثيراً كبيراً خاصة طلاب الجامعة ، فهم يستخدمون الكثير من هذه الوسائل كتويتر واليوتيوب والفيس بوك ، خاصة تويتر الذي يستقطب طلاب الجامعة السعوديون ، كما أكد على ذلك نتائج مسح إلكتروني محلي يفيد : أن السعوديين أكثر استخداماً لتويتر مقارنة بالشبكات الاجتماعية الأخرى ، فمن إجمالي عينة شملت (٦١٠٠) مشارك من فئات عمرية مختلفة تبين أن ٨٧% منهم يستخدمون تويتر (٧) هذا على صعيد وسيلة تويتر ، أما من ناحية تعرض الشباب الجامعي للمعلومات البيئية فمعلوم سلفاً أن الكثير من الشباب اهتمامهم ليست بيئية ، بل إن الوعي البيئي لديهم يكاد يكون قليلاً للغاية ، وهنا تكمن المشكلة هل طلاب الجامعة أفراد العينة يتعرضون لوسيلة تويتر لكي تساهم في زيادة وعيهم البيئي؟ أم أن البيئة لديهم شيء ثانوي يمرون عليه مرور الكرام ، وهذا ما نود معرفته من خلال هذه الدراسة ، لذا فضل الباحث إلقاء الضوء على هذه المشكلة التي لم يناقشها إلا القليل من الباحثين خاصة من جانب وسيلة تويتر- على حد علم الباحث- هذا فضلاً عن أهمية الفئة المستهدفة وهم الشباب الجامعي السعودي.

لذا فإن هذه الدراسة تسعى لمعرفة دور وسيلة تويتر في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي السعودي ، وعلى هذا تكمن مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي:

ما الدور الذي يقوم به تويتر في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي السعودي ؟

ثانياً : أهمية الدراسة :

١- تأتي أهمية هذه الدراسة في كونها تختص بوسيلة تويتر دون الوسائل الأخرى ، وهو ما يعطى لنتائجها الدقة والتركيز في طبيعة

تعرض الشباب الجامعي لوسيلة تويتر في زيادة معلوماتهم لوعي البيئي.

- ٢- تأتي أهمية هذه الدراسة في الكشف عن علاقة الشباب الجامعي بوسيلة تويتر ومدى الثقة في معلوماتها ومضمونها .
- ٣- أهمية وسائل الاعلام الجديد خاصة تويتر على الشباب الجامعي ودورها المؤثر فيهم

ثالثاً : هدف الدراسة:

تهدف الدراسة على التعرف على دور وسيلة تويتر في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي السعودي.

رابعاً: حدود الدراسة : تتمثل في:

- الحدود الزمنية: تمثلت في الفترة الزمنية لتطبيق البحث الميداني وهي شهر نوفمبر ٢٠١٦م.
- الحدود المكانية: تم تطبيق استمارة الاستبيان على الشباب الجامعي بجامعة الحدود الشمالية- المملكة العربية السعودية – كلية العلوم والآداب (بنين- بنات) ١٥٠ مبحوثاً للبنين- ١٥٠ مبحوثاً للبنات بمدينة طريف الواقعة في منطقة الحدود الشمالية.
- الحدود الموضوعية تتمثل في موضوع البحث وهو : دور وسيلة تويتر في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي السعودي.

خامساً: الاطار النظري للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام، فنظرية الإعتماد على وسائل الإعلام هي (نظرية بيئية)، والنظرية البيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً ، وهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة يرتبط كل منها بالآخر ومن ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات ، والمفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءاً مهماً من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث ، وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى ، والعلاقة الرئيسة التي تحكمها هي علاقة الإعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها أو مع أحد أجزائها مثل: الصحف- الراديو- التلفزيون- الإنترنت. (٨)

ويرجع أسباب اختيار هذه النظرية للدراسة الحالية:

- ١- هذه الدراسة تسعى إلى الكشف عن دور وسيلة تويتر في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي السعودي ، وطبيعة دور هذه الوسيلة في تكوين وعي الشباب الجامعي بالبيئة وهو ما يتفق مع الهدف الرئيس للنظرية التي تسعى إلى تفسير : لماذا يكون لوسائل الإعلام أحياناً آثار قوية و مباشرة وأحياناً تأثيرات ضعيفة على الجوانب المعرفية؟
- ٢- تفترض النظرية أن الجمهور سيعتمد على وسائل الإعلام بشكل متزايد لاستقاء المعلومات و الأخبار من أجل تكوين مداركه و معرفة مضامين التوجهات إزاء ما يحدث في المجتمع في أوقات التغير التي يسود فيها الشك و الغموض وهو ما ينطبق على الدراسة الحالية من اعتماد الشباب الجامعي على وسيلة تويتر في تزويدهم بالمعلومات حول الوعي البيئي.

سادساً:مراجعة بعض الدراسات السابقة:

دراسة عبدالله الوزان سبتمبر ٢٠١٥م (٩) التي هدفت الدراسة فيها بشكل رئيس على التعرف على مدى مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي السعودي ، ومدى وعي هؤلاء الشباب بمفهوم المصداقية للمحتوى المنشور فيها ، وقد توصلت هذه الدراسة لبعض النتائج منها : حصل تويتر على المرتبة الأولى تلاه الفيس بوك ثم اليوتيوب في مدى المصداقية في نقل المعلومات ، نسبة معدل الثقة للشباب في مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي كان مرتفعاً بالنسبة لتويتر والذي يثق به معظم أفراد العينة ، أما الفيس بوك واليوتيوب فمعدل الثقة فيهما منخفض وضعيف خاصة اليوتيوب لوجود علاقة طردية قوية بين كثافة استخدام الشباب السعودي لوسائل التواصل الاجتماعي وبين مصداقية هذه الوسائل لديهم في نقل المعلومات.

ودراسة محمد السويد مارس ٢٠١٥م (١٠) والتي هدفت للتعرف على أهم استخدامات عينة من الشباب السعودي لتويتر كما استهدفت أيضاً دراسة علاقة هؤلاء الشباب بوسائل الإعلام التقليدي، وتأثير استخدامهم لتويتر على علاقتهم بهذه الوسائل ، وقد توصلت هذه

الدراسة لبعض النتائج منها: انتشار استخدام تويتر بين شباب العينة وأغلبهم يتعامل معه بصفة يومية مما يدل على عمق ارتباطهم به ، وقد تركزت كثافة استخدام الشباب لتويتر في الأغراض الثلاثة التالية : المتابعة والقراءة فقط ، التغريد ، إعادة الإرسال، ومن أهم العوامل التي تجذب الشباب لتويتر هي على الترتيب : سهولة الاستخدام – العامل الإخباري – حرية التعبير – عامل التنوع – التواصل الاجتماعي والإثارة .

وقد هدفت دراسة سلوى الفاضل ٢٠١٣م (١١) إلى التوصل لمعرفة الأبعاد الاجتماعية والثقافية لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي من قبل الشباب السعودي، ومعرفة أنماط ودوافع استخدامه والإشباع التي يحققها استخدام هذه الشبكات للشباب من الجنسين ، ومن أهم نتائج الدراسة ما يلي: أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخدامًا لدى الشباب: تويتر وفيس بوك ويوتيوب وسكاى بي على التوالي مرتبة تنازلياً ، نسبة ٣٠% منهم تراوحت مدة استخدامهم لها بين ساعتين إلى ٤ ساعات يومياً ونصف أفراد العينة يستخدمونها في فترة المساء.

وأشارت دراسة H. Bicen & N. Cavus ٢٠١٢م (١٢) في هدفها الرئيس إلى رصد عادات استخدام تويتر عند طلاب المرحلة الجامعية واستكشاف مهام تويتر المفضلة لديهم والتعرف على أماكن استخدام تويتر، وعدد ساعات استخدام الطلاب لتويتر، وأفضل عادات المشاركة التي يفضلها الطلاب .

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

- يقضي غالبية العينة من طلاب المرحلة الجامعية معظم وقتهم في استخدام موقع تويتر.
 - جاءت الصور والفيديوهات، والموسيقى ، والأخبار أهم العناصر تفضيلاً وأكثرها مشاركة من قبل الطلاب في استخدامات تويتر، مما يوضح توجه الطلاب نحو استخدام تويتر بغرض التسلية والترفيه أولاً.
- أما دراسة كيجل فتيحة ٢٠١٢م (١٣) فقد هدفت إلى تحديد تطبيقات الإعلام الجديد التي بإمكانها خلق الوعي البيئي وبناء الخلفيات الثقافية لقضايا البيئة وإشكالياتها . وكان من أهم نتائجها : يحتل موقع الفيس بوك المرتبة الأولى من حيث الاستخدام ، يليه موقع اليوتيوب ، ثم موقع تويتر جاءت الإشباعات المعرفية في المرتبة الأولى تلتها الإشباعات الاجتماعية ثم الإشباعات الإعلامية.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفاد الباحث من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة بشكل دقيق وبلورة الخطة المنهجية للدراسة والتعرف على المناهج والأدوات المستخدمة، والاختيار الأمثل لمنهج وأداة الدراسة ، واستفاد الباحث كذلك من الدراسات السابقة في تساؤلات الدراسة بما يتلاءم مع أهداف الدراسة ، كما استفاد منها الباحث في إعداد الاستبيان وتقسيمه.

سابعاً: تساؤلات الدراسة:

- ١- ما معدل تعرض الشباب الجامعي للإنترنت؟
- ٢- ما ترتيب وسائل الإعلام الجديد حسب درجة استخدامها؟
- ٣- معدل تعرض الشباب الجامعي لوسيلة تويتر؟
- ٤- ما سبب اختيار الشباب الجامعي لوسيلة تويتر؟
- ٥- هل تستهويك الموضوعات التي تتناول البيئة عبر تويتر؟
- ٦- ما مدى المساهمة في نشر موضوعات تخص البيئة عبر تويتر؟
- ٧- ما أشكال المساهمات البيئية التي تقوم بنشرها عبر تويتر؟
- ٨- ما مدى مساهمة تويتر في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي؟
- ٩- ما درجة مساهمة تويتر في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي؟
- ١٠- ما مدى الثقة في المضامين البيئية التي يقدمها تويتر؟

ثامناً:منهج الدراسة :

تعتمد هذه الدراسة علي منهج المسح والذي تم فيه مسح عينة من الشباب الجامعي السعودي (ذكورًا- إناثًا) وهذا المنهج يعد الأنسب للدراسة للأسباب التالية:-

- قلة المعلومات عن البيانات المتعلقة بعلاقة الشباب الجامعي السعودي بمختلف أعمارهم (٢١-٢٠-١٩-١٨) بوسائل التواصل الاجتماعي خاصة تويتر والذي يختص بهذه الدراسة.
- الدراسات السابقة لم تتعرض كثيرًا في اعتماد الشباب الجامعي على وسيلة تويتر في مجال الوعي البيئي.

تاسعاً:أدوات جمع البيانات:

تم استخدام صحيفة استبيان للعيينة محل الدراسة لتحقيق هدف الدراسة وتساؤلاتها ، وذلك للتعرف على دور وسيلة تويتر في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي السعودي.

و لتوفير صدق البيانات تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين★ في ضوء توجيهاتهم تم التعديل في صياغة الأسئلة بالإضافة والحذف وبالتالي تحقق الصدق الظاهري للبيانات.

كما تم إجراء اختبار قبلي لاستمارة الاستبيان من خلال تطبيقها على عينة نسبتها ١٥% أي ما يعادل ٤٥ مفردة من الشباب من الجنسين وذلك للتأكد من وضوح الأسئلة و سهولة فهمها و من ثم إعادة صياغة الاستمارة في صورتها النهائية وفقاً للملاحظات المبحوثين. تم إعادة تطبيق الاستمارة على نفس العينة من المبحوثين و ذلك بعد مضي أسبوعين تقريباً من تطبيق الاستمارة ، و تم حساب نسبة الثبات بين التطبيقين وقد بلغت نسبة الثبات ٩٤,٠ ، وهي نسبة عالية تدل على قابلية استمارة الاستبيان للتطبيق.

عاشراً: نوع الدراسة :

هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى لرصد وتوصيف طبيعة تعرض الشباب الجامعي السعوديين لوسائل الإعلام الجديد خاصة تويتر في زيادة وعيهم البيئي.

الحادى عشر: مجتمع الدراسة والعينة:

أ- مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في طلاب جامعة الحدود الشمالية بمدينة طريف التابعة لدولة المملكة العربية السعودية ، وقد تم اختيار جامعة الحدود الشمالية فقط لأنني أعمل بها ، ولم أختَر جامعة أخرى نظرا لتباعد المسافات بيني وبين الجامعات السعودية الأخرى ، فأقرب جامعة لي هي جامعة الجوف ، والمسافة بيني وبينها حوالي ٤٠٠ كيلو متر .

ب- عينة الدراسة : تم سحب عينة عمدية ممن يشاهدون وسائل الإعلام الجديد خاصة تويتر من (٣٠٠) مبحوث (ذكورًا – إناثًا) من كلية العلوم والآداب بمدينة طريف بشرطها البنين والبنات ، ١٥٠ مبحوثاً (ذكور) كلية الآداب والعلوم (ذكور) ١٥٠ مبحوثاً (إناث) كلية الآداب والعلوم (بنات)

* قام الباحث بتحكيم استمارة الاستبيان على السادة المحكمين وهم كما يلي:

- ١- ا.د صابر سليمان عسران أستاذ الإعلام- قسم الاذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام- جامعة القاهرة
- ٢- ا.د محمود حسن اسماعيل أستاذ الإعلام ورئيس قسم الاعلام بمعهد الدراسات العليا – جامعة عين شمس
- ٣- أ.م.د أحمد حسين محمد حسن رئيس قسم الاعلام التربوي بكلية التربية النوعية – جامعة المنصورة
- ٤- د.تامر محمد صلاح الدين سكر مدرس الاعلام – قسم الإذاعة والتلفزيون - جامعة فاروس بالإسكندرية
- ٥- د/ محمد عبد المنعم الشريف مدرس بكلية التربية – جامعة الزقازيق.

في سنوات الدراسة المختلفة أعمار (١٨ - ١٩ - ٢٠ - ٢١) سنة ، وقد تم إجراء الدراسة على هذه العينة السابقة نظراً لأن حجم العينة الأصلية الممثلة لجامعة الحدود الشمالية ليس كبيراً ، نظراً لأنها جامعة ما زالت ناشئة فعمرها حوالي ٨ سنوات فقط ، بل إن الطلاب فيها أقل من المعدلات المتعارف عليها دولياً ، وذلك نظراً لأن الجامعة تقع في محافظة حدودية نائية بعيدة عن باقي محافظات المملكة، لذا جاء اختيار عينة الدراسة من ٣٠٠ مبحوث وقد روعي فيها أن تكون ممثلة للذكور والإناث.

الثاني عشر: المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS " Statistical Package for the Social Science وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:- التكرارات البسيطة والنسب المئوية. ، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

الثالث عشر: المفاهيم الأساسية للدراسة:

الدور: هو مجموع توقعات الأفعال التي تقوم بها وسيلة تويتر في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي السعودي. وسيلة تويتر: (يعرفها الباحث على أنها): وسيلة جديدة تم التعارف عليها في السنين القليلة الماضية وقد تم تعميمها في جميع أنحاء العالم، وهي للتواصل بين الجنس البشري في شتى أنحاء العالم فلا يقف في وجهها أي عائق ولا أمضى سلاح ، وهي وسيلة اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل المرئي والسمعي وتبادل الصور وغيرها لمستخدميها في أي مكان من أرجاء العالم وفي أي وقت يشاءون دون قيود . الشباب الجامعي السعودي: يقصد بهم في هذه الدراسة (المعنى الإجرائي) من هم في مرحلة المراهقة المتأخرة من (٢١-١٨ عام) ويمثل عينة الشباب الجامعي في هذه الدراسة طلاب وطالبات كلية العلوم والآداب (بنين - بنات) بجامعة الحدود الشمالية - المملكة العربية السعودية.

الوعي البيئي: (يعرفه الباحث على أنه): إدراك الفرد لنفسه وللمحيطين به ، والتعرف على المشكلات البيئية المختلفة وإيجاد سبل سريعة لحلها.

نتائج الدراسة الميدانية:

١- خصائص عينة الدراسة:

جدول (١) يوضح وصف عينة الدراسة

إجمالي		خصائص العينة	
النسبة	العدد		
٥٠%	١٥٠	ذكور	النوع
٥٠%	١٥٠	إناث	
١٠٠%	٣٠٠	جملة	
٥٠%	١٥٠	كلية العلوم والآداب (بنين)	الكلية
٥٠%	١٥٠	كلية العلوم والآداب (بنات)	
١٠٠%	٣٠٠	جملة	
٢٥%	٧٥	١٨ عام	السن
٢٥%	٧٥	١٩ عام	
٢٥%	٧٥	٢٠ عام	

٢١ عام	٧٥	%٢٥
جملة	٣٠٠	%١٠٠
العدد	٣٠٠	
المتوسط	١٩,٥	
الانحراف المعياري	١,١٢	

يتبين من الجدول السابق الآتي: أن العينة مختلفة النوع ١٥٠ ذكورًا و ١٥٠ إناثًا، وكذلك اختلاف الأعمار بين أفراد العينة، وذلك لتوضيح الفروق بينهما في شتى هذه الفروع، وذلك لإعطاء بيانات ونتائج جيدة تجعل الدراسة ذات نتائج ملموسة وإيجابية تحقق النفع للدراسات البحثية مستقبلاً.

٢- معدل تعرض الشباب الجامعي للإنترنت:

جدول (٢) يوضح معدل تعرض الشباب الجامعي للإنترنت

معدل تعرض الشباب الجامعي للإنترنت		الإجمالي
ك	%	
دائمًا	٢٠,٧	٦٩
أحيانًا	٩٣	٣١
جملة	٣٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٦٩% من أفراد العينة يتعرضون للإنترنت دائمًا، ونسبة ٣١% منهم يتعرضون له أحيانًا، أي أن أفراد العينة جميعًا يستخدمون الإنترنت ما بين (دائمًا) و(أحيانًا). تتفق هذه النتيجة مع دراسة رباب رأفت الجمال ٢٠١٣. (١٤)

٣- ترتيب وسائل الإعلام الجديد حسب درجة استخدامها:

جدول (٣) يوضح ترتيب وسائل التواصل الاجتماعي حسب درجة استخدامها ن=٣٠٠

ترتيب	متوسط	الترتيب									وسائل التواصل الاجتماعي
		٩	٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	
١	٧,١	١٥	١٤	١٤	١٤	١٤	١٤	١٤	٥٨	١٤٣	تويتر
٣	٦,٧	٠	١٥	١٤	١٤	١٤	٢٨	١١٦	٥٥	٤٤	الفييس بوك
٥	٤,٢	٨٥	٣٠	١٥	١٤	١٤	٨٦	٢٨	١٤	١٤	اكسنج Xing
٦	٤,١	٢٠	٨٥	٣٠	١٥	٨٦	٢٨	١٤	١٤	٨	ماي سبيس MySpace
٢	٦,٨	٨	١٤	١٤	٠	٢٩	١٤	٧١	١١٦	٣٤	اليوتيوب
٤	٤,٤	٢٨	١٤	٧٢	٨٦	٠	٥٨	٠	١٤	٢٨	لايف بوون
٦	٤,١	١٤	٤٢	٧٢	٥٨	٧١	٠	٢٩	٠	١٤	هاي فايف
٧	٣,٩	٢٨	٧٢	٢٨	٥٧	٥٨	٢٨	٠	٢٩	٠	أوركت
٨	٣,٨	١٠,٢	١٤	٢٧	٤٢	١٤	٥٨	٢٨	٠	١٥	تاجد

يتضح من الجدول السابق: أن ترتيب وسائل الإعلام الجديد حسب درجة استخدامها هي:

تويتر بمتوسط ٧,١ في الترتيب الأول، ثم اليوتيوب بمتوسط ٦,٨ في الترتيب الثاني، ثم الفييس بوك بمتوسط ٦,٧ في الترتيب الثالث، ثم لايف بوون بمتوسط ٤,٤ في الترتيب الرابع، ثم اكسنج Xing بمتوسط ٤,٢ في الترتيب الخامس، وهذا ما تؤكدته وتختلف معه بعض

الدراسات السابقة فالدراسات التي تؤكد هذه النتيجة هي: دراسة عبد الله الوزان ٢٠١٥ (١٥). أما الدراسات التي تختلف مع هذه النتيجة هي دراسة كيحل فتيحة ٢٠١٢ م. (١٦)

٤- معدل تعرض الشباب الجامعي لوسيلة تويتر:

جدول (٤) يوضح معدل تعرض الشباب الجامعي لوسيلة تويتر

الإجمالي		معدل تعرض الشباب الجامعي لوسيلة تويتر
ك	%	
٢٢٥	٧٥	دائمًا
٧٥	٢٥	أحيانًا
٣٠٠	١٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٧٥% من أفراد العينة يستخدمون وسيلة التواصل تويتر دائمًا، ونسبة ٢٥% منهم يستخدمونها أحيانًا، أي أن جميع أفراد العينة يستخدمون وسيلة تويتر نظرًا لأن الباحث اختار عينة عمدية ممن يشاهدون وسائل الإعلام الجديد.

٥- سبب اختيار طلاب الجامعة لوسيلة تويتر:

جدول (٥) يوضح سبب اختيار الشباب الجامعي لوسيلة تويتر

الترتيب	الإجمالي ن=٣٠٠		سبب اختيار الشباب الجامعي لوسيلة تويتر
	ك	%	
٣	١٥٥	٥١,٧	سهولة الاستخدام
١	٢٧٠	٩٠	انتشاره الواسع بين الشباب
٥	٩٢	٣٠,٧	خصوصية هذه الوسيلة
٤	١٢١	٤٠,٣	صدق معلوماته
٢	٢١١	٧٠,٣	يستهوبي ويحقق رغباتي

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٩٠% من أفراد العينة يختارون وسيلة تويتر لانتشاره الواسع بين الشباب محققًا الترتيب الأول ونسبة ٧٠,٣% منهم اختاروا تويتر لأنه يستهويهم ويحقق رغباتهم محررًا الترتيب الثاني، ونسبة ٥١,٧% منهم اختاروه لسهولة الاستخدام وجاء في الترتيب الثالث، ونسبة ٤٠,٣% منهم اختاروه لصدق معلوماته في الترتيب الرابع. تختلف هذه النتيجة مع دراسة محمد السويد ٢٠١٥ م (١٧) حيث إن أفراد العينة يختارون تويتر نظرًا لسهولة استخدامه في الترتيب الأول بينما سهولة استخدام تويتر في هذه الدراسة تأتي في المرتبة الثالثة.

٦- هل تستهويك الموضوعات التي تتناول البيئة عبر تويتر:

جدول (٦) يوضح هل تستهويك الموضوعات التي تتناول البيئة عبر تويتر

الإجمالي		هل تستهويك الموضوعات التي تتناول البيئة عبر تويتر
ك	%	
٦٥	٢١,٧	دائمًا
١٨٧	٦٢,٣	أحيانًا
٤٨	١٦	لا
٣٠٠	١٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٢١,٧% من أفراد العينة تسهونهم الموضوعات التي تتناول البيئة عبر تويتر دائماً، ونسبة ٦٢,٣% منهم تسهونهم أحياناً، ونسبة ١٦% منهم لا تسهونهم الموضوعات التي تتناول البيئة عبر تويتر، أي أن معظم أفراد العينة يتابعون الموضوعات البيئية عبر تويتر.

٧- مدى المساهمة في نشر موضوعات تخص البيئة عبر تويتر:

جدول (٧) يوضح مدى المساهمة في نشر موضوعات تخص البيئة عبر تويتر

الإجمالي	مدى المساهمة في نشر موضوعات تخص البيئة عبر تويتر	
	ك	%
دائماً	٦٣	٢١
أحياناً	٢١٥	٧١,٧
لا	٢٢	٧,٣
جملة	٣٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٢١% من أفراد العينة يساهمون دائماً في نشر موضوعات تخص البيئة عبر تويتر، ونسبة ٧١,٧% منهم يساهمون في النشر أحياناً، ونسبة ٧,٣% منهم لم يساهموا في نشر موضوعات تخص البيئة عبر تويتر.

٨- أشكال المساهمات البيئية التي تقوم بنشرها عبر تويتر:

جدول (٨) يوضح أشكال المساهمات البيئية التي تقوم بنشرها عبر تويتر

ترتيب	الإجمالي ن=٢٧٨		أشكال المساهمات التي تقوم بنشرها عبر تويتر
	ك	%	
٣	١٨٩	٦٨	صور
٤	١٢٦	٤٥,٣	تعليقات
٥	١٠٥	٣٧,٨	مقالات
١	٢٣٨	٨٥,٦	أخبار
٢	٢١٧	٧٨,١	فيديوهات
٦	٧٧	٢٧,٧	رسومات
٧	٤٩	١٧,٦	جميع ما سبق

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ٨٥,٦% من أفراد العينة يساهمون بنشر الأخبار البيئية في تويتر، ونسبة ٧٨,١% منهم يساهمون بنشر فيديوهات، ونسبة ٦٨% منهم يساهمون بنشر صور، ونسبة ٤٥,٣% منهم يساهمون بنشر تعليقات. تختلف هذه النتيجة مع دراسة كيجل فتحة ٢٠١٢ م (١٨)، حيث أن الصور فيها احتلت المركز الأول

٩- مدى مساهمة تويتر في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي:

جدول رقم (٩) يوضح مدى مساهمة تويتر في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي

الإجمالي	مدى مساهمة تويتر في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي	
	ك	%
دائماً	٥٦	١٨,٧
أحياناً	٢٢٠	٧٣,٣
لا	٢٤	٨
جملة	٣٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ١٨,٧% من أفراد العينة يرون أن تويتر يساهم دائمًا في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة، ونسبة ٧٣,٣% منهم يرون أنه يساهم (أحياناً)، ونسبة ٨% منهم يرون أن وسيلة تويتر لا تساهم في زيادة الوعي البيئي لدى طلاب الجامعة. تتفق هذه النتيجة مع دراسة Sheedy, C. ٢٠١١ (١٩) الذي أكد على أن مواقع الشبكات الاجتماعية بإمكانها زيادة الوعي العالمي حول قضية ما.

١٠- درجة مساهمة تويتر في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي:

جدول (١٠) يوضح درجة مساهمة تويتر في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي

الإجمالي		درجة مساهمة تويتر في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي
ك	%	
٤	١,٤	كبيرة
١٩٨	٧١,٧	متوسطة
٦٩	٢٥	مقبولة
٥	١,٨	ضعيفة
٢٧٦	١٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ١,٤% من أفراد العينة يرون أن مساهمة تويتر في زيادة الوعي البيئي لدى الشباب الجامعي تكون كبيرة، ونسبة ٧١,٧% منهم يرون أنها مساهمة متوسطة، ونسبة ٢٥% منهم يرون أن مساهمته مقبولة، ونسبة ١,٨% منهم يرون أنها مساهمة ضعيفة.

١١- مدى الثقة في المضامين البيئية التي يقدمها تويتر:

جدول (١١) يوضح مدى الثقة في المضامين البيئية التي يقدمها تويتر

الإجمالي		مدى الثقة في المضامين البيئية التي يقدمها تويتر
ك	%	
٣٥	١١,٧	نعم بشكل تام ومطلق
٢١٠	٧٠	أحياناً لكن بحسب طبيعة المحتوى
٥٥	١٨,٣	لا أثق فيما يقدمه
٣٠٠	١٠٠	جملة

يتضح من الجدول السابق: أن نسبة ١١,٧% من أفراد العينة يثقون في المضامين البيئية التي يقدمها تويتر بشكل تام ومطلق، ونسبة ٧٠% منهم يثقون فيها أحياناً لكن بحسب طبيعة المحتوى، ونسبة ١٨,٣% منهم لا يثقون فيها، والمحصلة النهائية أن أفراد العينة يثقون في تويتر في تقديمه للمضامين الإخبارية البيئية المختلفة.

توصيات الدراسة:

في ضوء النتائج السابقة ، تقترح الدراسة التوصيات التالية :

- ١- يجب على القائمين على وسيلة تويتر تشجيع مستخدميها ولفظ نظرهم من أن لأخر لنشر كل ما يخص البيئة ومردودها على الإنسان بحيث يكون هناك وعي بيئي لديهم ، خاصة كل من يستخدم الأخبار والتعليقات والصور والفيديوهات الخاصة بالبيئة ، حيث أكدت نتائج الدراسة أن نسبة ٨٥,٦% من أفراد العينة يساهمون بنشر الأخبار البيئية في تويتر، ونسبة ٧٨,١% منهم يساهمون بنشر فيديوهات، ونسبة ٦٨% منهم يساهمون بنشر صور، ونسبة ٤٥,٣% منهم يساهمون بنشر تعليقات ، حتى يكون هناك إلمام ووعي بالبيئة وبالتالي تتحقق التنمية والرفاهية للجنس البشري.
- ٢- إقامة ندوات ومحاضرات ودورات نظرية وعملية في الجامعات المختلفة وفي مؤسسات المجتمع المدني الحكومية والخاصة ، تكون مخصصة للتعريف بالبيئة وخطورتها على الانسان ، وكيف يكون لدى الطالب الجامعي وعي بيئي بيئته التي يعيش فيها.

٣- تشجيع الطلاب من قبل القائمين على أمر الجامعات المختلفة من أعضاء هيئة تدريس وإدارات مختلفة على نشر الوعي البيئي من خلال وسائل الإعلام الجديد التي يحبوها خاصة تويتر والذي حصل على المركز الأول في هذه الدراسة في تعرض الشباب له، وذلك بنشر المعلومة والتعليق عليها والمساهمة الحقيقية في إثراء الوعي البيئي المفقود بين الشباب ، مما يكون له أكبر الأثر في زيادة معلومات الوعي البيئي عند بعض الشباب .

المراجع:

- ١- جين كينينمونت ، إلى أي مدى يحدث تويتر تحولات في المجتمعات الخليجية ؟ المركز الإقليمي للدراسات الاستراتيجية ، القاهرة
http://www.rcssmidest.org/article/٣٤٥#VGONZTSsU٦٤:٢٠١٢/١٢/٢٢.
- ٢- يوسف المطيري(تويتر) عبر عن رأيك دون تويتر ، بريق الدانة :
http://www.danakw.com/AXCMSweblive/shababdetails.com?articleid=1754
- ٣- نوف الراعي ، تاء التأنيث ، الرياض ، العدد ١٦٦٩٦ ، الثلاثاء ١٠ جمادى الأولى ١٤٣٥ - ١١ مارس ٢٠١٤ م :
http://www.alriyadh.com/2014/03/11/artical
- ٤- http://aitnews.com/2013/11/16
- ٥- http://fac/ksu.edu.sa/shalsaiif/pages/.
- ٦- http://ar.wikipedia.org/wkik
- ٧- محمد الهلال ، في مسح الكيتروني حول استخدام الشبكات الاجتماعية في ، السعوديون يفضلون تويتر على بقية شبكات التواصل الاجتماعي ، العدد ١٦٠١٢ ، الخميس ٥ جمادى الآخرة ١٤٣٣ - ٢٦ ابريل ٢٠١٢ م :
http://www.alriyadh.com/com/2012/04/26.article730585.html
- ٨- حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد(٢٠٠٣).الاتصال و نظرياته المعاصرة ، ط٤ ، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية)، ص ص:٣٦٦-٣٨٣.
- ٩- عبد الله الوزان (سبتمبر ٢٠١٥). مصادقية وسائل التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي السعودي، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط بالقاهرة، ط١ ، العدد السابع، ص ١٨٨.
- ١٠- محمد السويد. استخدامات الشباب السعودي لموقع التواصل الاجتماعي (تويتر) وتأثيرها على درجة علاقتهم بوسائل الإعلام التقليدية، دراسة ميدانية، (جامعة الإمام محمد بن سعود الاسلامية، كلية الإعلام والاتصال، ١٤٣٦ - ٢٠١٥ م)، ص ٥٥.
- ١١- سلوى بنت محمد الفاضل. أبعاد استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي. دراسة ميدانية، (رسالة تكميلية للماجستير، قسم الدراسات الاجتماعية، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، ١٤٣٤ - ٢٠١٣ م)، ص ٢٢٦.
- ١٢- (12) H. Bicen & N. Cavus. Twitter usage habits of undergraduate students. Procedia – Social and Behavioural Sciences 2012. Vol. 46, pp 335 – 339.
- ١٣- كيجل فتيحة. الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، (قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة لخضر- الجزائر- - باتنه، ٢٠١١-٢٠١٢ م)، ص ١٥٩.
- ١٤- رباب رأفت الجمال. أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي، كرسي الأمير نايف بن عبد العزيز للقيم الأخلاقية، جامعة الملك عبد العزيز، كلية الاتصال والاعلام، ٢٠١٣. ص ١١
- ١٥- عبد الله الوزان سبتمبر ٢٠١٥، مرجع سابق، ص ١٥
- ١٦- كيجل فتيحة ٢٠١٢ م، مرجع سابق، ص ١٦٣.
- ١٧- محمد السويد مارس ٢٠١٥ م، مرجع سابق، ص ٥٨.
- ١٨- كيجل فتيحة ٢٠١٢ م، مرجع سابق، ص ١٧٧.
- ١٩- Sheedy, C. (2011) Social Media for Social Change: A Case Study of Social Media Use in the 2011 EGYPTIAN REVOLUTION. RETRIEVED from http:// goo.gl/TGQAD9. Viewed August 5th 2011.